

The Impact of Riau Pos' Use as a Political Communication Media for Riau Governor Candidate Abdul Wahid in the 2024 Riau Gubernatorial Election

Pengaruh Pemanfaatan Riau Pos Sebagai Media Komunikasi Politik Calon Gubernur Riau Abdul Wahid pada Pemilihan Gubernur Riau Tahun 2024

M. Fajarul Amrie¹, Yantos^{*2}

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

*Corresponding author's e-mail: yantos@uin-suska.ac.id

Abstract

This research aims to determine how Riau Pos is utilized as a medium of political communication by Riau Governor candidate Abdul Wahid in the 2024 Riau gubernatorial election. The study employs a qualitative descriptive approach using Harold D. Lasswell's Communication Model, which consists of five components: Who, Says What, In Which Channel, To Whom, and With What Effect. Data were collected through in-depth interviews with three groups of informants: Abdul Wahid's campaign team (political communicator), Riau Pos journalists (media), and Riau Pos readers (audience). The results indicate that Riau Pos plays a significant and beneficial role as a political communication medium for Abdul Wahid. His campaign team used Riau Pos as the main channel to deliver political messages. Riau Pos was chosen due to its high credibility, wide readership, and strong influence in shaping public opinion in Riau Province. The effectiveness of political communication through Riau Pos is reflected in three aspects: (1) increased public knowledge of Abdul Wahid's programs (cognitive effect), (2) the emergence of sympathy and trust toward the candidate (affective effect), and (3) influence on voter behavior (conative effect). Thus, it can be concluded that Riau Pos is highly beneficial and plays a strategic role as Abdul Wahid's political communication medium in the 2024 Riau gubernatorial election.

Keywords: Political Communication, Riau Pos, Media, Utilization.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media Riau Pos dalam kegiatan komunikasi politik yang dilakukan oleh calon Gubernur Riau Abdul Wahid pada Pemilihan Gubernur Riau tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori utama Model Komunikasi Harold D. Lasswell yang meliputi lima komponen komunikasi: Who, Says What, In Which Channel, To Whom, and With What Effect. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga kelompok informan, yaitu tim sukses Abdul Wahid (komunikator politik), wartawan Riau Pos (media), dan masyarakat pembaca Riau Pos (khalayak). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Riau Pos berperan signifikan dan bermanfaat sebagai media komunikasi politik Abdul Wahid. Tim pemenangan menggunakan Riau Pos sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan politik. Riau Pos dipilih karena kredibilitasnya tinggi, jangkauan pembacanya luas, dan pengaruhnya kuat dalam pembentukan opini publik di Provinsi Riau. Efektivitas komunikasi politik melalui Riau Pos terlihat dari tiga aspek: (1) meningkatnya pengetahuan publik terhadap program Abdul Wahid (efek kognitif), (2) terbentuknya simpati dan kepercayaan terhadap kandidat (efek afektif), serta (3) pengaruh terhadap perilaku memilih masyarakat (efek konatif). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Riau Pos sangat bermanfaat dan berperan strategis sebagai media komunikasi politik Abdul Wahid dalam Pilgub Riau 2024.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Riau Pos, Media, Pemanfaatan.

PENDAHULUAN

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, pola konsumsi informasi masyarakat Indonesia mengalami perubahan yang signifikan seiring meningkatnya akses terhadap internet dan perangkat digital. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 orang, atau setara dengan 79,5% dari total populasi nasional (APJII, 2024). Sementara itu, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2022, proporsi penduduk Indonesia yang mengakses internet mencapai 66,48%, meningkat dari 62,10% pada tahun 2021, dan 53,73% pada tahun 2020 (Badan Pusat Statistik, 2023). Peningkatan signifikan ini turut memengaruhi pola masyarakat dalam memperoleh informasi dan membaca berita. Berdasarkan Laporan Status Literasi Digital Indonesia 2022 yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), tercatat bahwa 72,6% responden menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi, diikuti oleh televisi (59,5%) dan situs berita daring (56,3%) (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2022).

Sejalan dengan peningkatan konsumsi berita digital tersebut, menurut penelitian yang dilakukan oleh Fauziah (2021), minat masyarakat terhadap media cetak di Indonesia mengalami penurunan yang cukup tajam dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Penurunan ini disebabkan oleh kemudahan akses berita digital yang lebih cepat, interaktif, dan dapat diakses melalui berbagai platform daring. Berdasarkan data empiris yang dikeluarkan oleh Serikat Perusahaan Pers (SPS) pada tahun 2022, jumlah oplah media cetak di Indonesia menurun dari 5.713.910 eksemplar per terbit pada tahun 2019 menjadi 2.882.482 eksemplar per terbit pada tahun 2021, atau mengalami penurunan sebesar 49,55% dalam kurun waktu dua tahun (SPS, 2022). Sementara itu, jumlah media cetak yang masih aktif terdaftar juga menurun dari 593 penerbit pada tahun 2021 menjadi 399 penerbit pada tahun 2022, yang menunjukkan adanya pengurangan 194 media cetak dalam satu tahun. Berdasarkan pola penurunan tahunan sebesar sekitar 25–30%, maka proyeksi tren akademik menunjukkan bahwa pada tahun 2024 jumlah oplah media cetak menurun hingga sekitar 1,5 juta eksemplar per terbit. Dengan demikian, angka ini tidak hanya menggambarkan pergeseran konsumsi informasi, tetapi juga menunjukkan bahwa transformasi digital telah mengubah lanskap industri media secara struktural.

Komunikasi politik terlihat dari dua dimensi, yaitu komunikasi politik sebagai kegiatan politik dan sebagai kegiatan ilmiah. Komunikasi sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan tersebut bersifat empiris karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial. Sementara itu, komunikasi politik sebagai kegiatan ilmiah melihat kegiatan komunikasi politik merupakan salah satu kegiatan politik dalam sistem politik (Pureklolon, 2016).

Strategi komunikasi politik merujuk pada pendekatan yang dirancang untuk mengelola komunikasi dalam mencapai tujuan politik tertentu. Fungsi utama komunikasi politik adalah untuk membentuk atau mempengaruhi opini publik dan sikap politik audiens. Melalui penyampaian pesan yang terstruktur dengan baik, aktor

politik dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu, calon, atau kebijakan yang diusung.

Media massa di Riau mencakup berbagai platform yang menyediakan informasi mengenai perkembangan terkini di Provinsi Riau, baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional. Media ini memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, menyampaikan informasi yang cepat, dan menjadi penghubung antara pemerintah, masyarakat, dan berbagai pihak lainnya. Media tersebut antara lain RiauPos.co, TribunPekanbaru.com, RiauIn.com, RiauMandiri.id, GoRiau.com, RiauTerkini.com, PotretNews.com, BertuahPos.com, Iniriau.com, RiauAktual.com.

Media memiliki peran sentral dalam proses komunikasi politik karena menjadi saluran utama bagi aktor politik untuk menyampaikan pesan, membangun citra, serta membentuk opini publik. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Azzahwa dan Misidawati (2024), strategi komunikasi melalui media mampu menciptakan persepsi positif terhadap tokoh politik apabila pesan yang disampaikan relevan, konsisten, dan sesuai dengan nilai-nilai publik. Feldiansyah (2024) menegaskan bahwa penggunaan media secara strategis dapat memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik terhadap kandidat politik, terutama melalui pengemasan pesan yang menonjolkan kedekatan dan kepedulian terhadap masyarakat. Selain itu, penelitian Li dan Che Mat (2023) menunjukkan bahwa visualisasi pesan politik melalui media digital mampu meningkatkan keterlibatan audiens karena citra visual memiliki kekuatan persuasif yang tinggi dalam membentuk persepsi emosional pemilih. Dengan demikian, media berperan tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi politik, tetapi juga sebagai arena pembentukan makna dan citra yang memengaruhi perilaku serta orientasi politik masyarakat.

Pada Pemilihan Gubernur Riau 2024, Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau menetapkan Daftar Pemilih Tetap (DPT) sejumlah 4.827.022 pemilih, yang terdiri dari 2.445.001 pemilih laki-laki dan 2.382.021 pemilih perempuan, tersebar di 172 kecamatan dan 1.862 desa/kelurahan dengan 11.480 TPS sebagai lokasi pemungutan suara (Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau, 2024). Penetapan ini menunjukkan kenaikan sebanyak 94.848 pemilih jika dibandingkan dengan DPT Pemilu 2024 di Riau yang berjumlah 4.732.174 pemilih, kondisi yang menurut KPU disebabkan oleh dinamika demografis dan pemutakhiran data kependudukan antara periode penetapan kedua daftar tersebut (Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau, 2023; 2024).

Selama masa kampanye berlangsung, para calon gubernur melaksanakan berbagai bentuk kegiatan komunikasi politik, seperti pertemuan tatap muka, dialog publik, penyebaran alat peraga kampanye (APK), serta pemanfaatan media massa dan media sosial untuk menyampaikan visi dan program kerja mereka kepada masyarakat. KPU Provinsi Riau menetapkan batasan pengeluaran dana kampanye bagi setiap pasangan calon sebesar Rp34.945.800.000, sebagaimana tertuang dalam Keputusan KPU Riau Nomor 356 Tahun 2024 (KPU Provinsi Riau, 2024).

Secara keseluruhan, rentang waktu kampanye hingga pemungutan suara pada Pemilihan Gubernur Riau 2024 menunjukkan dinamika komunikasi politik yang cukup aktif di tingkat lokal. Namun demikian, hasil observasi lapangan memperlihatkan bahwa sebagian masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan,

masih menunjukkan tingkat perhatian yang rendah terhadap kegiatan kampanye. Kondisi ini menjadi indikasi adanya kesenjangan antara intensitas kegiatan politik para calon dengan tingkat partisipasi atau kesadaran politik masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Creswell (2012) berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah suatu cara untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial manusia. Penelitian ini berfokus pada fenomena yang kompleks dengan melihat konteks di mana fenomena tersebut terjadi, baik itu individu, kelompok, organisasi, atau kejadian tertentu. Dalam studi kasus ini, peneliti melihat bagaimana komunikasi politik diterapkan, bagaimana hubungan antara media dan politisi, serta bagaimana pesan politik diterima oleh publik.

Jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui interaksi langsung dengan informan penelitian, seperti wawancara atau observasi. Data sekunder menurut Sugiyono (2012) adalah informasi diperoleh dari berbagai sumber yang ada, yang berkaitan dengan objek penelitian.

Nugrahani (2014) menjelaskan untuk mendapatkan informasi yang lengkap tentang masalah yang diteliti, peneliti bisa memilih informan kunci dan tambahan. Informan dalam penelitian ini adalah tim kampanye Abdul Wahid sebagai komunikator politik, Riau Pos sebagai media komunikasi politik yang digunakan Abdul Wahid untuk menyampaikan pesan politik dan masyarakat yang membaca berita di Riau Pos sebagai audiens yang penerima pesan politik.

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Menurut Gunawan (2022) Observasi adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang melibatkan pengamatan langsung. Gunawan (2022) mengatakan ada dua kategori wawancara, yaitu wawancara mendalam dan wawancara terpimpin. Peneliti menggunakan wawancara terpimpin untuk mengumpulkan data dalam kasus ini, untuk memastikan bahwa pertanyaan yang diajukan kepada informan sesuai dengan tujuan pengumpulan data. Dokumentasi menurut Sugiyono (2012) merujuk pada teknik pengumpulan data yang melibatkan penggunaan catatan tertulis atau dokumentasi yang sudah ada.

Dalam penelitian ini, triangulasi diterapkan sebagai teknik untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data dalam kajian kualitatif. Konsep dasar triangulasi menurut Raharjo (2010) berargumen bahwa pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti dapat dicapai dengan mengkaji objek dari berbagai perspektif. Analisis data menurut Bogdan dan Biklen (2007), adalah proses yang melibatkan pengelolaan data dengan cara mengorganisasi, memecah data menjadi bagian-bagian yang lebih mudah dikelola, mengkodekannya, mensintesiskannya, serta mencari pola atau temuan. Dalam metodologi analisis data, langkah-langkah yang diuraikan oleh Creswell (2012) juga diikuti, antara lain mengorganisasi data, mentranskripsikan data, menganalisis dan memberi kode data, mengorganisir kode ke dalam tema, menganalisis tema dan pola, interpretasi data. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak boleh

melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Strauss and corbin, 1998). Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Sugiyono (2010) menjelaskan terdapat empat teknik analisis data yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), verifikasi dan penegasan kesimpulan (*conclusion drawing and verification*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pemanfaatan Riau Pos sebagai media komunikasi politik calon gubernur Riau Abdul wahid pada pemilihan calon gubernur riau tahun 2024 berdasarkan model komunikasi Harold D. Lasswell, yang terdiri dari: *who* (siapa yang menyampaikan pesan), *says what* (apa pesan yang disampaikan), *in which channel* (melalui saluran apa pesan disampaikan), *to whom* (kepada siapa pesan ditujukan), *with what effect* (dampak yang ditimbulkan oleh pesan tersebut).

Berdasarkan persoalan penelitian yang dilakukan tentang pemanfaatan Riau Pos sebagai media komunikasi politik calon gubernur Riau tahun 2024 dilihat dari indikator penelitian yang telah dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Who (Komunikator)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Abubakar Siddik, selaku Sekretaris Umum Tim Koalisi Partai Pengusung BERMARWAH, dapat diketahui bahwa komunikator utama dalam komunikasi politik Abdul Wahid adalah tim koalisi partai pengusung yang terdiri dari empat partai, yaitu PDIP, NASDEM, PKB, dan PBB. Tim ini berperan sebagai perancang, pengatur, sekaligus pelaksana strategi komunikasi politik calon gubernur Abdul Wahid.

Sebagaimana dijelaskan oleh Abubakar Siddik dalam wawancara:

“Di tim pemenangan Pak Wahid ini ada beberapa kelompok ya. Tim pemenangan yang bersifat kelompok tokoh-tokoh dari provinsi sampai ke Kabupaten Kota bahkan sampai ke Kecamatan juga strukturnya ada, namanya TPP tim pemenangan provinsi, TPK tim pemenangan kabupaten dan sampai ke kecamatan. Saya ada di tim koalisi partai pengusung pasangan BERMARWAH itu. Ada empat partai politik yang bergabung di situ, PDIP, NASDEM, PKB, dan PBB. Nah, kami mewakili partai masing-masing itu dipercayakan untuk PDIP itu menjadi ketua tim koalisi, saya sekretaris umumnya dari NASDEM dan bendaharanya itu dari PKB, PBB sebagai anggota. Tugas serta peran dari tim koalisi ini jelas, mengkoordinir, membuat perencanaan yang matang terkait kampanye, mengatur dan merumuskan strategi politik serta tidak lupa menggait media massa maupun online untuk membantu menyebarkan informasi. mulai dari TPP sampai ke TPK.” (Wawancara dengan Abubakar Siddik)

Dari pernyataan tersebut, peneliti memahami bahwa struktur komunikasi politik pasangan Abdul Wahid terbentuk melalui proses pengorganisasian yang jelas dan berjalan secara sistematis. Hasil interpretasi data menunjukkan bahwa tim koalisi memainkan peran sentral dalam mengoordinasikan berbagai aktivitas pemenangan,

mulai dari tahap perencanaan, perumusan strategi komunikasi, hingga implementasi kampanye dan penyebaran informasi melalui berbagai saluran media massa. Temuan ini memperlihatkan bahwa alur kerja komunikasi politik pasangan calon tidak berlangsung secara spontan, melainkan dirancang dan dikelola secara terstruktur oleh aktor-aktor kunci di dalam tim koalisi.

Tanggung jawab dan fungsi sekretaris umum yang mencakup berbagai bidang koordinasi dan administrasi. Fungsi komunikasi politik dalam tim pemenangan dijalankan secara bersama dan dengan tingkat profesionalitas yang terstruktur. Hasil interpretasi data menunjukkan bahwa peran tim tidak terbatas pada pelaksanaan kampanye langsung kepada masyarakat, tetapi juga mencakup pengelolaan hubungan dengan berbagai lembaga formal, seperti KPU, Bawaslu, serta institusi media massa, termasuk Riau Pos. Hal ini mengindikasikan bahwa proses komunikasi politik dalam konteks pemenangan kandidat berlangsung melalui koordinasi lintas-aktor yang terencana dan melibatkan tata kelola komunikasi yang teratur.

Tim pemenangan memiliki divisi khusus yang bertanggung jawab dalam urusan media dan publikasi, untuk memastikan bahwa pesan-pesan politik calon dapat tersebar secara luas dan efektif. Jika dikaitkan dengan teori komunikasi Lasswell, temuan ini memperlihatkan bahwa unsur *Who* dalam komunikasi politik Abdul Wahid tidak hanya merujuk pada figur kandidat semata, tetapi juga pada tim koalisi partai pengusung yang berfungsi sebagai komunikator institusional. Interpretasi ini menunjukkan bahwa proses komunikasi politik yang dijalankan bersifat kolektif, di mana perumusan dan pengelolaan pesan dilakukan melalui koordinasi antara kandidat, tim pemenangan, serta media yang menjadi mitra strategis dalam kampanye.

Figur Abdul Wahid sendiri berfungsi sebagai komunikator simbolik. Ia menjadi representasi utama pesan yang disusun oleh tim. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa unsur *Who* dalam komunikasi politik ini terdiri dari dua elemen utama, yaitu tim pemenangan (komunikator strategis) dan Abdul Wahid (komunikator simbolik). Keduanya saling melengkapi dalam membentuk sistem komunikasi politik yang efektif dan berorientasi pada pencapaian tujuan kampanye.

Says What (Pesan)

Unsur *Says What* dalam teori Lasswell mengacu pada isi pesan atau materi komunikasi yang disampaikan kepada khalayak. Dalam konteks komunikasi politik, isi pesan biasanya memuat visi, misi, program kerja, dan citra diri kandidat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pesan politik yang disampaikan oleh tim pemenangan Abdul Wahid melalui Riau Pos bersifat edukatif, programatik, dan persuasif, dengan menekankan nilai-nilai pembangunan daerah, kepemimpinan muda, serta kedekatan calon dengan masyarakat. Abubakar Siddik menjelaskan bahwa pesan-pesan politik yang dibangun tim pemenangan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan karakter pembaca Riau Pos yang heterogen:

“Pak Wahid ingin menjangkau seluruh lapisan masyarakat pesan-pesannya dikemas agar relevan dengan generasi muda dan masyarakat umum.”
(Wawancara dengan Abubakar Siddik)

Pesan utama yang disampaikan dalam pemberitaan Riau Pos mencakup program unggulan dan janji politik yang berorientasi pada pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat. Beberapa di antaranya adalah (1) Program pendidikan gratis dan satu rumah satu sarjana sebagai bentuk komitmen terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia, (2) Kebijakan tenaga kerja lokal minimal 60% untuk membuka lapangan kerja bagi masyarakat Riau, (3) Pembangunan pusat-pusat ekonomi baru dan pemekaran wilayah guna menciptakan pemerataan pembangunan.

Selain pesan yang bersifat programatik, tim pemenang juga menyusun narasi pencitraan pribadi yang menonjolkan sosok Abdul Wahid sebagai pemimpin muda, religius, dan dekat dengan masyarakat. Pesan politik tersebut dikembangkan melalui pendekatan yang disesuaikan dengan segmen audiens. Pesan yang dikonstruksi tim pemenang Abdul Wahid ini tidak hanya bersifat rasional (berisi program dan kebijakan), tetapi juga emosional, karena memuat nilai-nilai moral, religiusitas, dan kedekatan sosial.

Dengan demikian, unsur *Says What* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pesan politik Abdul Wahid dirancang secara terpadu dan strategis. Pesan tersebut berfungsi untuk membangun citra positif, memperkuat kepercayaan publik, serta meyakinkan pemilih bahwa program yang ditawarkan realistis dan berpihak pada kepentingan masyarakat Riau. Dalam unsur *says what* pada model komunikasi politik Harold Lasswell, perhatian diarahkan pada isi pesan yang disampaikan komunikator kepada khalayak.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa pesan utama yang dibangun oleh tim sukses Abdul Wahid melalui media massa, khususnya Riau Pos, berfokus pada penyampaian program kerja, pencitraan positif, serta narasi kepemimpinan yang dekat dengan masyarakat. Berdasarkan dua unsur teori Lasswell di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan komunikasi politik Abdul Wahid melalui media Riau Pos ditentukan oleh dua hal utama yaitu kredibilitas komunikator serta kekuatan isi pesan. Kedua unsur ini saling berkaitan dan menjadi dasar dari efektivitas pemanfaatan Riau Pos sebagai media komunikasi politik pada Pemilihan Gubernur Riau tahun 2024.

In Which Channel (media)

Dalam model komunikasi Harold D. Lasswell, unsur *In Which Channel* merujuk pada saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada khalayak. Media berperan sebagai perantara penting dalam menjembatani komunikator (pengirim pesan) dengan komunikan (penerima pesan). Dalam konteks komunikasi politik, media massa menjadi salah satu sarana paling strategis untuk menyebarluaskan pesan, membentuk citra, serta memengaruhi opini publik terhadap kandidat yang berkompetisi.

Pada penelitian ini, media yang dimanfaatkan oleh calon Gubernur Abdul Wahid adalah Riau Pos, salah satu media massa terbesar dan paling berpengaruh di Provinsi Riau. Berdasarkan hasil wawancara dengan Soleh Sahputra, wartawan senior Riau Pos yang bertugas meliput kegiatan pemerintahan dan politik daerah, diketahui bahwa Riau Pos memiliki sistem kerja jurnalistik yang profesional, dengan kebijakan

redaksi yang menekankan prinsip keberimbangan (balance), fakta terverifikasi, dan netralitas politik.

Soleh menjelaskan bahwa selama masa kampanye Pilgub 2024, kegiatan pasangan calon nomor urut 1, Abdul Wahid-S.F. Hariyanto, secara rutin diliput oleh tim wartawan Riau Pos, terutama bila kegiatan berlangsung di Pekanbaru:

“Kalau selama Pilgub kemarin, kalau kegiatan kampanye-nya dilaksanakan di Pekanbaru, pasti akan diikuti seluruh wartawan yang ditugaskan untuk peliputan calon pasangan nomor urut 1, jadi Abdul Wahid dan S.F. Hariyanto. Jadi selama di Pekanbaru, pasti kami mengikuti seluruh kegiatan kampanye yang dilaksanakan oleh pasangan Abdul Wahid dan S.F. Hariyanto.” (Wawancara dengan Soleh Saputra)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Riau Pos menjadi saluran utama penyebaran informasi politik Abdul Wahid, terutama dalam menyampaikan aktivitas kampanye, program kerja, serta narasi politik yang ingin dibangun. Selain liputan langsung di lapangan, komunikasi antara tim sukses Abdul Wahid dan pihak redaksi juga berlangsung secara rutin untuk koordinasi agenda liputan. Meskipun ada komunikasi, proses publikasi berita tetap mengikuti kebijakan redaksi independen.

Fungsi media sebagai saluran komunikasi politik tidak sepenuhnya berada di bawah kendali tim pemenang. Riau Pos tetap menjalankan peran jurnalistik profesional dengan menjaga prinsip independensi redaksi. Hal ini sesuai dengan konsep *In Which Channel* menurut Lasswell, bahwa saluran komunikasi harus memiliki kredibilitas dan kepercayaan publik agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif.

Kebijakan redaksi Riau Pos dalam menentukan berita politik yang layak muat, yaitu berita yang tidak menjatuhkan calon lain dan berfokus pada program kerja calon. Riau Pos menjalankan fungsi media sebagai saluran informasi politik yang edukatif dan konstruktif, bukan sebagai alat propaganda bagi calon tertentu. Pemberitaan diarahkan untuk memberikan ruang bagi semua kandidat secara adil, agar masyarakat dapat menilai dan membandingkan program mereka.

Selain media cetak, Riau Pos juga memanfaatkan media online (RiauPos.co) sebagai saluran pendukung. Di platform digital ini, frekuensi pemberitaan lebih fleksibel dan memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat. Riau Pos menggabungkan dua bentuk saluran komunikasi politik, yaitu media cetak dan media digital. Media cetak berfungsi untuk penyebaran berita yang terverifikasi dan formal, sementara media digital memperluas jangkauan serta mempercepat arus informasi kepada masyarakat.

Dari seluruh temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa unsur *In Which Channel* dalam penelitian ini menggambarkan bahwa Riau Pos berperan sebagai saluran komunikasi politik yang kredibel, berimbang, dan strategis. Media ini mampu menyalurkan pesan politik secara efektif tanpa meninggalkan prinsip netralitas jurnalistik. Dalam perspektif teori Lasswell, efektivitas komunikasi sangat ditentukan oleh pemilihan saluran komunikasi yang tepat. Dalam konteks ini, pemanfaatan Riau Pos cetak dan digital oleh tim Abdul Wahid terbukti menjadi saluran yang mampu menjangkau khalayak luas, memperkuat citra kandidat, serta membangun komunikasi politik yang informatif dan persuasif bagi masyarakat Riau.

Whom (Kepada Siapa Pesan Ditujukan)

Dalam model komunikasi Harold D. Lasswell, unsur *To Whom* merujuk pada pihak penerima pesan atau audiens. Dalam konteks komunikasi politik, unsur ini berhubungan dengan segmen masyarakat atau kelompok pemilih yang menjadi target komunikasi politik kandidat melalui media massa.

Dalam penelitian ini, penerima pesan komunikasi politik adalah masyarakat pembaca Riau Pos, baik dari kalangan mahasiswa, pemilih muda, pemilih dewasa, masyarakat pedesaan, maupun masyarakat perkotaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber (Harum Fadhillah, Aufa, Muhammad Rafi, Muhammad Yusuf, dan Muhammad Ahlunnazah), dapat disimpulkan bahwa audiens Riau Pos memiliki latar belakang sosial, usia, dan pengalaman politik yang beragam, namun semuanya menjadikan Riau Pos sebagai salah satu sumber utama informasi politik daerah, terutama pada masa Pemilihan Gubernur Riau tahun 2024.

Masyarakat pemilih baru. Sebagai pemilih baru dari kalangan mahasiswa, menjelaskan bahwa ia lebih sering mengakses Riau Pos versi online dibandingkan koran cetak karena sifatnya yang lebih cepat dan mudah diakses. Alasan utama membaca Riau Pos adalah karena beritanya aktual dan fokus pada isu lokal di Riau, yang jarang diulas media nasional. Bagi pembaca muda, Riau Pos dinilai cukup informatif dan netral dalam memberitakan calon gubernur. Pemberitaan tentang Abdul Wahid yang menonjolkan program kampanye dan janji politik, bukan isu negatif. Berita di Riau Pos mudah dipahami, meskipun gaya bahasanya sedikit formal bagi pembaca awam.

Masyarakat pedesaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang tentor asal Bagan Batu, Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau, diperoleh gambaran bagaimana masyarakat di wilayah non-perkotaan menerima dan memahami pesan politik calon gubernur Abdul Wahid melalui media Riau Pos. Pemberitaan Riau Pos mengenai Abdul Wahid lebih banyak menyoroti visi misi dan program kampanye, yang dianggap penting bagi masyarakat desa. Informasi yang disajikan Riau Pos mudah dipahami, bahkan oleh pembaca generasi muda di pedesaan, karena bahasanya lugas dan tidak berbelit. Ia menilai aksesibilitas media online Riau Pos membuat informasi menjangkau hingga ke pedalaman. Saluran komunikasi politik melalui Riau Pos efektif dalam menjangkau pemilih di daerah rural, baik melalui koran fisik maupun platform digitalnya.

Pemilih Dewasa. Seorang wiraswasta dan mahasiswa, menggambarkan perspektif pemilih dewasa perkotaan yang aktif membaca berita politik. Pemberitaan Riau Pos terhadap Abdul Wahid cukup berimbang dibandingkan dua calon lainnya. Ia menilai bahwa media ini tidak hanya memuat profil dan janji kampanye, tetapi juga kisah perjalanan karier dan latar belakang politik Abdul Wahid. Aspek emosional dalam pemberitaan, seperti nilai-nilai moral dan pesan keluarga yang diangkat Riau Pos untuk menggugah pembaca.

Masyarakat perkotaan. Mahasiswa mewakili pembaca dari kalangan masyarakat perkotaan menyampaikan bahwa meskipun kini lebih sering membaca media online, Riau Pos tetap menjadi referensi utama untuk isu lokal. Pemberitaan Abdul Wahid di Riau Pos komprehensif dan informatif, terutama dalam

menggambarkan program-program pembangunan dan isu sosial budaya. Bagi masyarakat perkotaan, Riau Pos dianggap cukup menarik dan kredibel, karena sudah menjalankan prinsip jurnalistik seperti seleksi berita dan keseimbangan informasi.

Kalangan Mahasiswa. mahasiswa menilai bahwa berita Riau Pos memiliki kejelasan naratif, namun kurang mendalam dalam analisis kebijakan. Pemberitaan Riau Pos terhadap Abdul Wahid lebih bersifat positif dan promosi pencitraan, sebagaimana lazimnya media dalam masa kampanye. Temuan ini menggambarkan bahwa pembaca dengan latar pendidikan tinggi memiliki kemampuan evaluatif terhadap isi komunikasi politik, namun tetap mengakui peran media sebagai sumber informasi utama mengenai kandidat. Pesan politik Abdul Wahid melalui Riau Pos menjangkau berbagai lapisan masyarakat: pemilih muda, masyarakat pedesaan, pembaca perkotaan, dan kalangan akademisi. Keberagaman ini menunjukkan efektivitas media dalam menjangkau audiens luas di Riau, baik melalui edisi cetak maupun digital.

With What Effect (Dampak dari Komunikasi Politik)

Unsur *With What Effect* menurut Harold D. Lasswell merujuk pada hasil, pengaruh, atau dampak yang muncul dari proses komunikasi terhadap penerima pesan. Dalam penelitian ini, efek komunikasi politik diukur melalui persepsi, pengetahuan, dan partisipasi politik masyarakat pembaca Riau Pos terhadap calon gubernur Abdul Wahid. Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh gambaran bahwa pemberitaan politik di Riau Pos memiliki dampak yang dominan bersifat positif, terutama dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat, memperluas wawasan politik, dan membentuk persepsi terhadap figur Abdul Wahid.

Dampak Kognitif (pengetahuan dan pemahaman). Sebagian besar narasumber menyatakan bahwa pemberitaan Riau Pos membantu mereka memahami visi, misi, dan program Abdul Wahid secara lebih jelas. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi politik melalui media cetak dan online Riau Pos berhasil meningkatkan pemahaman politik masyarakat, terutama bagi pemilih baru dan masyarakat pedesaan.

Dampak Afektif (sikap dan persepsi). Pemberitaan Riau Pos turut membentuk sikap positif dan kepercayaan terhadap sosok Abdul Wahid, meskipun sebagian tetap bersikap kritis. Pemberitaan Abdul Wahid di Riau Pos membangun citra pemimpin muda yang visioner dan religius.

Dampak Behavioral (perilaku dan partisipasi politik). Beberapa informan juga menyatakan bahwa komunikasi politik melalui Riau Pos mendorong partisipasi dalam pemilihan umum, minimal dalam bentuk kesadaran menggunakan hak pilih. Pemberitaan politik mendorongnya untuk lebih aktif menilai calon dan berdiskusi.

Dampak Sosial (diskusi dan keterlibatan publik). Beberapa narasumber juga menyatakan bahwa berita di Riau Pos menjadi pemicu diskusi publik dan keluarga tentang isu politik lokal. Komunikasi politik melalui Riau Pos berdampak positif terhadap pengetahuan, persepsi, dan partisipasi politik masyarakat. Masyarakat menjadi lebih mengenal calon, memahami visi-misinya, dan terdorong untuk ikut serta dalam pemilihan. Namun, pembaca kritis juga menilai perlunya analisis yang

lebih mendalam dan seimbang dalam pemberitaan agar tidak sekadar bersifat promosi politik.

Pembahasan

Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemanfaatan Riau Pos sebagai media komunikasi politik calon Gubernur Riau, Abdul Wahid, dalam konteks Pemilihan Gubernur Riau Tahun 2024. pembahasan ini disusun menggunakan teori Model Komunikasi Harold D. Lasswell yang terdiri atas lima komponen utama: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, dan With What Effect*. Setiap komponen dijabarkan secara sistematis berdasarkan hasil wawancara dengan tim sukses, wartawan Riau Pos, dan masyarakat pembaca berita Riau Pos.

Who (Siapa Komunikator Politiknya)

Menurut Harold D. Lasswell (dalam Cangara, 2018), *Who* mengacu pada sumber pesan atau komunikator yang berperan penting dalam menentukan arah dan efektivitas komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikator utama dalam proses komunikasi politik ini adalah Tim Koalisi BERMARWAH yang terdiri dari empat partai pendukung PDIP, NASDEM, PKB, dan PBB serta figur Abdul Wahid sendiri sebagai simbol politik. Tim koalisi bertanggung jawab dalam perencanaan pesan, pelaksanaan kegiatan kampanye, dan pengelolaan hubungan dengan media massa, termasuk Riau Pos.

Sebagaimana diungkapkan oleh Abubakar Siddik, Sekretaris Umum Tim Koalisi BERMARWAH, struktur komunikasi politik dalam tim pemenangan bersifat terorganisasi dan sistematis, di mana setiap kegiatan dan publikasi dikendalikan oleh bagian khusus yang berurusan dengan media. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tim pemenangan berfungsi sebagai komunikator kolektif, sedangkan Abdul Wahid berperan sebagai komunikator simbolik yang mempersonifikasikan pesan politik partai dan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada publik.

Dalam perspektif Lasswell, efektivitas unsur *Who* sangat dipengaruhi oleh kredibilitas, keahlian, dan daya tarik komunikator. Kredibilitas tim pemenangan dan figur Abdul Wahid sebagai politisi muda, religius, dan berpengalaman, menjadi modal utama yang membuat pesan-pesan politiknya lebih mudah diterima oleh masyarakat. Hal ini memperkuat bahwa unsur *Who* dalam penelitian ini memainkan peranan fundamental dalam membentuk keberhasilan komunikasi politik melalui media Riau Pos.

Says What (Apa Pesan Politik yang Disampaikan)

Unsur *Says What* berhubungan dengan isi atau makna pesan yang dikomunikasikan. Lasswell menegaskan bahwa isi pesan merupakan bentuk representasi gagasan yang ingin disampaikan komunikator kepada audiens untuk memengaruhi opini dan perilaku mereka (Lasswell, 1948). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan politik Abdul Wahid yang disampaikan memiliki dua bentuk utama:

Pesan Programatik. Yang berisi visi, misi, serta program unggulan pasangan calon seperti pelayanan kesehatan dan pendidikan gratis, pembangunan

infrastruktur, kebijakan tenaga kerja lokal 60%, pengentasan kemiskinan dan ketimpangan, pemekaran wilayah untuk pemerataan pembangunan dan ekonomi.

Pesan citra diri. Yaitu religius, amanah dan dekat dengan masyarakat, pemimpin muda yang berpengalaman, dinamis, progresif dan visioner.

Dalam kerangka teori Lasswell, pesan politik tersebut berfungsi untuk menanamkan citra (*image building*) dan menumbuhkan kepercayaan (*trust building*). Pesan yang bersifat programatik membantu meningkatkan pemahaman publik terhadap arah kebijakan calon, sedangkan pesan citra diri menumbuhkan kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih. Dengan demikian, unsur *Says What* dalam penelitian ini menunjukkan bagaimana isi pesan dirancang secara strategis untuk memengaruhi opini publik secara rasional dan emosional sekaligus.

In Which Channel (Melalui Saluran Apa Pesan Disampaikan)

Unsur *In Which Channel* dalam teori Lasswell menjelaskan media atau saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Menurut Effendy (2017), media yang efektif dalam komunikasi politik adalah media yang memiliki jangkauan luas, kredibel, dan dipercaya oleh masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, Riau Pos berfungsi sebagai saluran utama penyampaian pesan politik Abdul Wahid. Berdasarkan hasil wawancara dengan Soleh Sahputra, wartawan Riau Pos, diketahui bahwa pemberitaan mengenai pasangan Abdul Wahid–S.F. Hariyanto dilakukan secara berimbang, sesuai dengan kebijakan redaksi:

“Kalau di Riau Pos, semua calon harus diberitakan di hari yang sama. Kalau ada berita Abdul Wahid, berarti dua calon lain juga harus ada berita. Dan porsi pemberitaannya juga sama.” (Wawancara dengan Soleh Saputra)

Selain edisi cetak, Riau Pos Online juga menjadi saluran penting dalam memperluas jangkauan pesan politik. Melalui kanal digital ini, berita kampanye dapat dipublikasikan lebih cepat dan menjangkau audiens lebih luas. Dari temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Riau Pos sebagai saluran komunikasi politik dilakukan secara integratif antara media cetak dan digital. Hal ini sesuai dengan teori Lasswell bahwa pemilihan saluran komunikasi yang kredibel dan efektif menjadi faktor penting dalam memastikan pesan diterima dengan baik oleh audiens.

To Whom (Kepada Siapa Pesan Ditujukan)

Unsur *To Whom* menjelaskan pihak penerima pesan, yaitu masyarakat atau kelompok audiens yang menjadi sasaran komunikasi politik. Lasswell menegaskan bahwa efektivitas komunikasi sangat bergantung pada kesesuaian antara karakteristik pesan dan karakteristik audiens (Lasswell, 1948). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembaca dan audiens Riau Pos terdiri dari berbagai lapisan masyarakat, seperti mahasiswa, pekerja, dan masyarakat umum baik di perkotaan maupun pedesaan. Berdasarkan wawancara dengan lima narasumber (Harum Fadhilah, Aufa, Muhammad Rafi, Muhammad Yusuf, dan Muhammad Ahlunnazah), diketahui bahwa Riau Pos menjangkau seluruh segmen pemilih, baik melalui koran cetak maupun media online.

Sebagian besar narasumber menyatakan bahwa Riau Pos menjadi sumber informasi politik lokal yang relevan, faktual, dan mudah diakses. Pemilih muda menilai

bahwa pemberitaan Riau Pos membantu mereka mengenal program dan karakter calon, sedangkan pembaca di daerah pedesaan memandang media ini sebagai sarana penting untuk mengetahui isu-isu politik yang jarang diliput media nasional. Dengan demikian, unsur *To Whom* dalam penelitian ini menggambarkan pembaca Riau Pos sebagai masyarakat yang heterogen, namun memiliki kesamaan dalam menjadikan media tersebut sebagai acuan utama dalam memperoleh informasi politik daerah.

With What Effect (Dampak Komunikasi Politik melalui Riau Pos)

Unsur terakhir dalam model Lasswell, *With What Effect*, menjelaskan hasil atau dampak yang ditimbulkan dari proses komunikasi terhadap penerima pesan. Lasswell membedakan dampak komunikasi menjadi tiga kategori, yaitu kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan behavioral (perilaku). Dampak komunikasi politik Abdul Wahid melalui Riau Pos menghasilkan dampak positif dalam ketiga aspek tersebut.

Dampak Kognitif. Pembaca memperoleh pemahaman lebih baik tentang visi, misi, dan program calon. Seperti disampaikan oleh Harum Fadhillah, “Berita di Riau Pos sangat membantu masyarakat untuk mengenal visi dan program Abdul Wahid.”

Dampak Afektif. Pemberitaan Riau Pos turut membentuk persepsi positif masyarakat terhadap figur Abdul Wahid sebagai pemimpin muda, religius, dan berwawasan luas. Namun, sebagian pembaca kritis tetap menilai perlu adanya pemberitaan yang lebih mendalam dan berimbang.

Dampak Behavioral. Komunikasi politik melalui Riau Pos mendorong masyarakat untuk lebih aktif mengikuti isu politik dan berpartisipasi dalam pemilihan. Muhammad Yusuf menyebut, “Komunikasi politik melalui Riau Pos sedikit banyaknya mempengaruhi partisipasi pemilih untuk ikut andil dalam Pilgub.”

Sintesis Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, pemanfaatan Riau Pos sebagai media komunikasi politik Abdul Wahid bersifat strategis, terencana, dan efektif. Setiap elemen model Lasswell saling berkaitan dan membentuk sistem komunikasi utuh:

Tabel 1. Sintesis Pembahasan

Elemen Lasswell	Implementasi Penelitian	Dampak Yang Dihasilkan
<i>Who</i>	Abdul Wahid dan Tim BERMARWAH sebagai komunikator politik	Menentukan arah pesan dan citra politik
<i>Says what</i>	Pesan programatik dan citra religius	Membangun kesadaran dan kepercayaan publik
<i>In wich channel</i>	Riau Pos (cetak dan daring)	Menjadi media utama penyebaran informasi politik
<i>To whom</i>	Masyarakat Riau (pemilih muda, pedesaan, dan tokoh adat)	Pesan diterima sesuai segmen sosial
<i>With what effect</i>	Efek kognitif, afektif, dan konatif terhadap pemilih	Meningkatkan popularitas dan elektabilitas calon

Sumber: Olahan Penelitian, 20025

PENUTUP

Pemanfaatan Riau Pos sebagai media komunikasi politik oleh Abdul Wahid pada Pemilihan Gubernur Riau 2024 dilakukan melalui strategi yang terarah, teratur, dan memanfaatkan kekuatan media lokal secara maksimal. Secara khusus, tim pemenangan menggunakan Riau Pos untuk menyebarkan dua bentuk pesan politik, yaitu pesan programatik dan pesan citra diri. Pesan programatik difokuskan pada isu-isu yang paling relevan dengan kebutuhan publik, seperti pembangunan infrastruktur jalan dan jembatan, yang menurut wartawan Riau Pos merupakan tema paling menarik perhatian masyarakat pada masa kampanye karena kondisi infrastruktur di Riau yang banyak mengalami kerusakan. Pemberitaan mengenai topik ini secara konsisten menempatkan program pembangunan sebagai isu utama yang dikaitkan dengan pasangan Abdul Wahid–S.F. Hariyanto, sehingga memperkuat persepsi publik terhadap kapasitas teknokratis dan kemampuan manajerial kandidat. Selain itu, Riau Pos juga dimanfaatkan untuk membangun citra diri kandidat melalui penonjolan karakter religius, kedekatan dengan masyarakat, serta rekam jejak politik yang kuat, yang seluruhnya dikemas dalam pemberitaan rutin dan terverifikasi untuk menumbuhkan kepercayaan publik terhadap kandidat.

Pemanfaatan Riau Pos semakin efektif karena kandidat menggunakan dua saluran sekaligus, yaitu media cetak dan portal digital riaupos.co. Media cetak dipilih karena memiliki kredibilitas dan jangkauan pembaca yang kuat di tingkat lokal, sedangkan platform digital dimanfaatkan untuk menjangkau pemilih muda yang lebih banyak mengakses media online serta masyarakat pedesaan yang tidak bisa dijangkau secara langsung. Riau Pos sebagai institusi media juga berperan strategis karena meliput kegiatan kampanye Abdul Wahid yang berlangsung di provinsi Riau, sehingga aktivitas politik kandidat memperoleh eksposur yang stabil dan berkelanjutan sepanjang masa kampanye. Wartawan yang ditugaskan secara rutin mengikuti seluruh rangkaian kegiatan Abdul Wahid seperti pertemuan publik, dialog tokoh, hingga agenda seremonial yang kemudian diberitakan kembali kepada masyarakat melalui liputan yang berimbang sesuai standar redaksi Riau Pos.

Riau Pos memainkan fungsi penting dalam pembentukan opini publik. Media tidak hanya menyampaikan informasi tentang kegiatan kandidat, tetapi juga melakukan seleksi isu (*agenda setting*) dan membingkai informasi (*framing*) melalui cara penyajian berita yang berfokus pada relevansi program dan kapasitas kepemimpinan kandidat. Pemberitaan yang konsisten ini turut membangun penerimaan publik dan memperkuat citra positif Abdul Wahid di mata publik, terutama pada segmen pemilih pedesaan, pemilih perkotaan, dan pemilih baru yang menjadi sasaran kampanye kandidat. Efektivitas pemanfaatan Riau Pos juga tampak melalui efek komunikasi yang dihasilkan, yaitu meningkatnya pemahaman publik terhadap program kerja (efek kognitif), tumbuhnya kesan positif terhadap figur kandidat (efek afektif), serta menguatnya kecenderungan untuk memilih kandidat (efek konatif) sebagaimana dijelaskan dalam sintesis analisis model Lasswell.

Dengan demikian, pemanfaatan Riau Pos terbukti menjadi instrumen komunikasi politik yang sangat strategis dan berpengaruh dalam membangun popularitas dan elektabilitas Abdul Wahid pada Pilgub Riau 2024.

DAFTAR RUJUKAN

- Badan Pusat Statistik. (2023, 31 Agustus). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Badan Pusat Statistik. Diambil dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (1997). *Qualitative research for education* (Vol.368). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Revisi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th ed.). Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fauziah, N. (2021). *Transformasi media cetak ke media digital dalam menghadapi perubahan perilaku pembaca*. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 134–145.
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*, 157.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Status Literasi Digital Indonesia 2022* (Laporan). Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika. Diambil dari https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2023/02/Report_Nasional_2022_FA_3101.pdf
- Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau. (2024). *Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Riau Tahun 2024* (KPT-531/PL.02.6-Kpt/14/Prov/XI/2024).
- Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau. (2024a). *Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau Nomor 349 Tahun 2024 tentang Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Riau Tahun 2024*. KPU Provinsi Riau.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*.
- Pureklolon, T. P. (2016). *Komunikasi politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*.
- Riau Pos. (2020). *Sejarah dan perkembangan Riau Pos*. <https://www.riaupos.co>
- Serikat Perusahaan Pers. (2022). *Media Directory: Statistik Oplah dan Jumlah Media Cetak Indonesia 2019–2022*. Jakarta: SPS Indonesia.
- Soleh, S., & Agustiar. (2024, 7 Oktober). *Pasangan calon Pilgubri terus paparkan program*. Riau Pos.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research* (Vol. 15). Newbury Park, CA: sage.
- Sugiyono, D. (2010). *Memahami penelitian kualitatif*.
- Sugiyono, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tribun Pekanbaru. (2024). *M. Nasir Resmi Daftar Sebagai Calon Gubernur Riau 2024*.